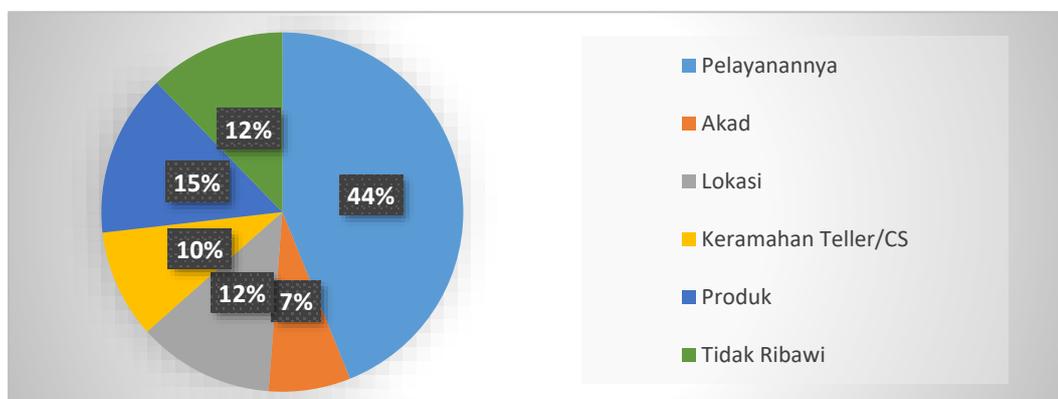


BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

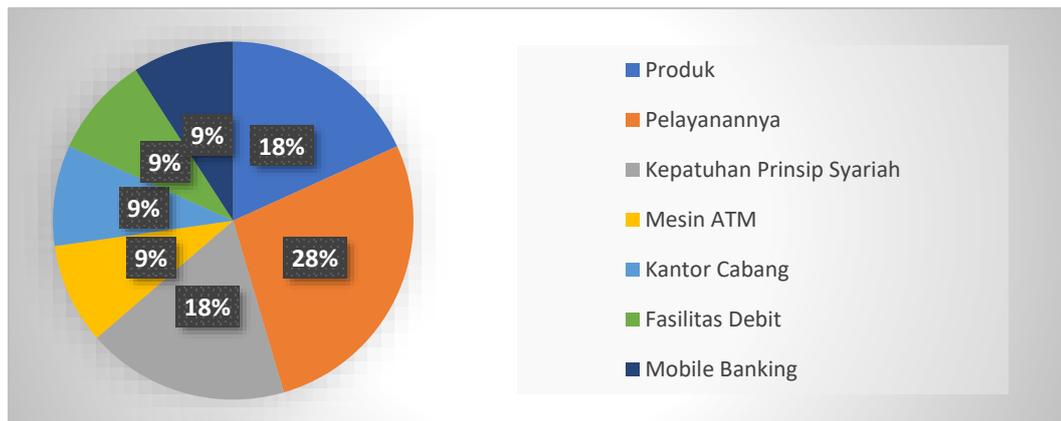
Direktur Penelitian, Pengembangan, Pengaturan, dan Perizinan Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Dhani Gunawan Idat, menilai bahwa total nasabah perbankan syariah masih lebih kecil dibandingkan dengan bank konvensional. Saat ini pertumbuhan nasabah di industri Bank Syariah rata-rata mencapai kisaran 15-20 persen (OJK, 2016). Berdasarkan hasil peninjauan yang dilakukan untuk mengetahui faktor kepuasan serta ketidakpuasan sebagai nasabah Bank Syariah, peneliti mengumpulkan data berdasarkan 30 orang responden yang telah menjadi nasabah aktif pada Bank Syariah. Dapat dilihat dari gambar 1.1 hasil tanggapan responden mengenai faktor kepuasan nasabah beserta alasannya, sebagai berikut ini:



Gambar 1.1
Persentase Faktor Kepuasan Nasabah
Sumber: Pengolahan Data Primer 2017

Berdasarkan data pada gambar 1.1 di atas, bahwa peringkat tertinggi pertama terdapat 44% responden nasabah aktif bank syariah yang memilih alasan puas karena faktor pelayanannya dan jawaban tertinggi kedua yang menyatakan puas 15% karena faktor produk. Dalam hal ini bahwa peranan nasabah merupakan keyakinan nasabah sebelum mereka mencoba untuk menggunakan produk sebuah bank, yang dijadikan acuan dalam menilai faktor pelayanan dan produk bank tersebut (Ikatan Bankir Indonesia, 2014). Adapun hasil tanggapan responden

mengenai faktor ketidakpuasan beserta alasannya sebagai nasabah dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut ini:



Gambar 1.2
Persentase Faktor Ketidakpuasan Nasabah

Sumber: Pengolahan Data Primer 2017

Data yang ditunjukkan pada gambar 1.2 diatas, bahwa masih ada yang menyatakan ketidakpuasan dilihat pada faktor pelayanannya sebesar 28%, faktor produk dan kepatuhan prinsip syariah 18%, serta karena alasan faktor mesin ATM, kantor cabang, fasilitas debit, *mobile banking* sebesar 9%. Pemahaman mengenai ketidakpuasan dapat lebih dominan dibandingkan dengan kepuasan nasabah. Dalam hal ketidakpuasan, banyak riset diarahkan kepada aspek disonasi dan perilaku komplain (Ikatan Bankir Indonesia, 2014). Berkaitan dengan keraguan atas suatu pilihan dan keputusan pembelian yang telah dilakukan.

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yang dapat membuat nasabah meninggalkan bank, baik untuk sementara waktu atau untuk selamanya (Ikatan Bankir Indonesia, 2014). Beberapa faktor yang mempengaruhi terhadap kepuasan sehingga nasabah dapat meninggalkan bank dan lari kepada bank pesaing, adalah pelayanan yang tidak memuaskan, produk yang tidak baik, ingkar janji atau tidak tepat waktu dan biaya yang relative mahal (Ikatan Bankir Indonesia, 2014).

Berdasarkan statistik perbankan Syariah, jumlah perbankan syariah telah mencapai 12 Bank Umum Syariah, 22 Unit Usaha Syariah dan 163 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dengan total jaringan kantor sebanyak 2.301 kantor di seluruh Indonesia. Dalam perkembangan terakhir, industri perbankan syariah ternyata mengalami penurunan performa dibanding perbankan konvensional

(Rusydia, 2016). Misalnya, tercermin dari *non-performing financing* atau pembiayaan bermasalah yang relatif tinggi. Ataupun pengukuran efisiensi yang lebih rendah dibandingkan dengan industri perbankan konvensional. Eksistensi Bank Syariah di Indonesia belum sepenuhnya didukung oleh faktor-faktor pendukung yang memungkinkan perbankan syariah untuk terus berkembang dan berjalan dengan baik.

Banyak hal yang dipersiapkan oleh bank syariah untuk menjadikan mereka sebagai pilihan yang akhirnya akan dipercaya oleh para nasabahnya. Semakin banyak alternatif yang ada, maka semakin besar pula tuntutan nasabah terhadap pemberian pelayanan yang bermutu tinggi dengan pendekatan yang baik dan benar (Wijyaningratri & Budiyanto, 2015). Bank syariah dapat meningkatkan nilai terhadap nasabah dengan cara menghasilkan produk yang memiliki keunggulan dan adanya jaminan manfaat produk tersebut. Meningkatkan nilai dapat dilakukan melalui kualitas layanan yang diberikan oleh bank syariah pada para nasabahnya (Tumangkeng, 2013). Sehingga terciptalah kepuasan nasabah sebagai konsumen (*Customer satisfaction*).

Pada kenyataannya, terjadi ketimpangan antara harapan nasabah dengan kenyataan pelayanan yang diberikan bank (Khatimah & Rahardjo, 2011). Tidak sedikit nasabah yang mengungkapkan kritikan dan keluhan karena pelayanan yang diberikan kurang atau bahkan tidak memuaskan. Kritikan dan keluhan tersebut yang dapat menimbulkan persepsi negatif para nasabah. Apabila hal tersebut dibiarkan terus menerus dapat menurunkan tingkat kepercayaan nasabah. Bukan menjadi hal yang tidak mungkin apabila nasabah akan beralih ke perusahaan lain karena mereka merasa perusahaan lain lebih mampu memberikan pelayanan yang dapat memuaskan mereka. Hal ini yang harus menjadi fokus perhatian setiap perbankan. Karena sampai saat ini, aspek pelayanan pada dunia perbankan merupakan hal yang harus dikelola dengan sangat baik.

Teori tentang kepuasan (*satisfaction*) menurut Kotler & Keller (2009) secara umum adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul akibat membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas. Perusahaan akan

bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk memperhatikan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

Konsep kepuasan seorang konsumen dalam kegiatan konsumsinya seperti *maslāhah* secara rinci dapat digambarkan dengan tiga persepsi yang membentuk *maslāhah* yaitu tolak *mudhārat*, persepsi kebutuhan Islami, dan persepsi *mardhātillah* (Muflih, 2006). Kepuasan seorang konsumen itu, barang atau jasanya yang halal, bermanfaat, baik, hemat dan tidak berlebih-lebihan (secukupnya). Seperti dalam Al-Qur'an Surat Al-Maidah (87-88) dan Al Qur'an Surat Al-Isra' ayat (27-28), Allah berfirman:

1. Al Qur'an surat Al-Maidah ayat (87-88)

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ۝٨٧
وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ۝٨٨

Yang artinya:

87. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.

88. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.

2. Al Qur'an surat Al-Isra' ayat (27-28)

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۝٢٧
وَإِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ أَبْغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا ۝٢٨

Yang artinya:

27. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

28. Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas.

Dengan demikian, melalui kedua surat ini menghasilkan makna perintah memakan segala yang halal dan larangan *tabdzir*. Allah SWT juga memerintahkan umatnya untuk tidak berlebihan dalam segala hal. Setelah mendapatkan rezeki yang diberikan Allah SWT manusia diperintahkan untuk bertakwa, yaitu melaksanakan segala perintah-Nya dan menjauhi larang-Nya. Implikasi perilaku *tabdzir* dalam perbankan syariah dapat ditemukan dari berbagai kebijakan bank yang kurang tepat dalam menggunakan sumber dayanya. Maka dari itu, marketing bank dituntut untuk selalu tepat sasaran dalam mencapai tujuannya.

Ratna Siti Zaenab, 2017

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dalam perspektif Islam kepuasan seorang konsumen akan merasakan kepuasan apabila kegiatan konsumsinya akan menimbulkan suatu *maslāhah* yang didalamnya mengandung manfaat dan berkah. Dalam ekonomi syariah suatu barang atau jasa dapat disebut *maslāhah* untuk konsumen jika terdapat pertimbangan halal atau haramnya barang atau jasa yang akan dikonsumsi oleh konsumen.

Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan tidak berpengaruh secara signifikan dan hipotesa ditolak oleh Harini (2015). Penelitian mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di sektor perbankan Malaysia juga dilakukan dan didapatkan hasil bahwa jaminan, keandalan, empati dan *responsiveness* memiliki hubungan yang positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sebagai dimensi kualitas layanan (Munusamy, Chelliah, & Mun, 2010). Pada penelitian Akhtar, dkk (2016) yang dilakukan di Kairo, bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Adapun kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Ismail, 2014).

Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan produk perbankan Syariah terhadap kepuasan nasabah Bank Jabar Banten Syariah (BJB Syariah), dilihat dari Bank Jabar Banten Syariah (BJB Syariah) merupakan Bank Syariah yang menjadi Bank Pembangunan Daerah (BPD) pertama di Indonesia dan menjalankan dual banking sistem, yaitu memberikan layanan perbankan dengan sistem konvensional dan sistem syariah. (Bank Jabar Banten Syariah, 2015). Selain itu alasan lainnya dilihat dari Bank BJB Syariah hingga saat ini masih terus berfokus pada pembenahan kualitas.

Menurut permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian tentang kepuasan nasabah di Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Bandung. Lebih lanjut, akan diangkat ke dalam penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Perbankan Syariah terhadap Kepuasan Nasabah (Survei pada Kantor Cabang Bank Jabar Banten Syariah Kota Bandung)”**.

1.2. Identifikasi Masalah Penelitian

Identifikasi masalah yang diteliti berdasarkan latar belakang penelitian adalah fenomena yang terjadi bahwa tingkat kepuasan nasabah perbankan syariah masih

Ratna Siti Zaenab, 2017

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dalam kategori kurang puas, diakibatkan pengaruh dari faktor lokasi bank dan kualitas pelayanan yang dijadikan acuan dalam menganalisis kepuasan nasabah. Adapula alasan serta faktor dari kedua pengaruh tersebut dapat memunculkan masalah, diantaranya:

1. Perbankan syariah masih kalah saing dengan perbankan konvensional dalam hal total nasabah, hal ini disebabkan karena saat ini pertumbuhan nasabah di industri bank syariah rata-rata mencapai kisaran 15-20 persen (OJK, 2016).
2. Berdasarkan hasil peninjauan faktor kepuasan dan ketidakpuasan sebagai nasabah aktif pada bank Syariah terdapat 44% yang memilih alasan puas karena faktor pelayanannya dan 15% karena faktor produk. Dan faktor ketidakpuasan karena alasan pelayanannya 28%, faktor produk dan kepatuhan prinsip syariah 18%, serta karena alasan faktor mesin ATM, kantor cabang, fasilitas debit, *mobile banking* sebesar 9%.
3. Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yang dapat membuat nasabah meninggalkan bank, yaitu; pelayanan yang tidak memuaskan, produk yang tidak baik, ingkar janji serta tidak tepat waktu dalam menyelesaikan pekerjaan ketika melayani nasabah, dan biaya yang relatif mahal (Ikatan Bankir Indonesia, 2014).
4. Industri perbankan syariah mengalami penurunan performa dibanding perbankan konvensional (Rusydia, 2016). Misalnya, tercermin dari *non performing financing* yang relatif tinggi, ataupun pengukuran efisiensi yang lebih rendah dibandingkan dengan industri perbankan konvensional.
5. Harapan nasabah dengan kenyataan pelayanan yang diberikan kepada nasabah terjadi ketimpangan. Tidak sedikit nasabah yang mengungkapkan kritikan dan keluhan karena pelayanan yang diberikan kurang atau bahkan tidak memuaskan (Khatimah & Rahardjo, 2011).
6. Penelitian terdahulu mengungkapkan ada perbedaan hasil yang tidak signifikan mengenai faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (Harini, 2015) (Munusamy, Chelliah, & Mun, 2010).

1.3. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah yaitu:

Ratna Siti Zaenab, 2017

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Bagaimana kualitas pelayanan, produk perbankan Syariah dan kepuasan nasabah Bank Jabar Banten Syariah?
2. Sejauh mana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
3. Sejauh mana produk perbankan Syariah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
4. Sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan produk perbankan Syariah secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian dan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan diadakannya penelitian ini antara lain:

1. Menjelaskan Bagaimana kualitas pelayanan, produk perbankan Syariah dan kepuasan nasabah Bank Jabar Banten Syariah
2. Menjelaskan sejauh mana kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah perbankan syariah.
3. Menjelaskan sejauh mana produk mempunyai pengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah perbankan syariah.
4. Menjelaskan sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan produk secara simultan terhadap tingkat kepuasan nasabah perbankan syariah.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah dalam pengembangan ilmu pengetahuan sehingga dapat memperkuat teori-teori yang sudah ada. Secara umum manfaat penelitian meliputi:

1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah khasanah keilmuan bagi sivitas akademi memberikan manfaat teoritis dan aplikatif terhadap pengembangan Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam khususnya dalam hal yang berkaitan dengan tingkat kepuasan nasabah beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti kualitas pelayanan dan kualitas produk. Serta bagi penulis menambah wawasan penulis mengenai hal terkait dan dapat memahami aplikasi dari teori yang telah didapatkan. Dan bagi penelitian selanjutnya dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian berikutnya yang lebih mendalam dan sebagai bahan dalkam mengkaji

mengenai persoalan yang berkaitan dengan industri keuangan dan perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

Untuk menambah informasi bagi perbankan diharapkan dapat dijadikan acuan bagi BUS untuk memperhatikan tingkat kualitas pelayanan nasabah yang juga mencerminkan tingkat kepuasan nasabah bank itu sendiri. Serta bagi pemerintah atau regulitas BI dan OJK diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengeluarkan kebijakan terutama yang berkaitan dengan strategi peningkatan kepuasan pelanggan (*custome satysfaction*) melalui peningkatan mutu pelayana